Un codice etico per industria italiana dei congressi e degli eventi

L'industria italiana dei congressi e degli eventi ha lanciato per la prima volta e in un contesto internazionale (la decima edizione di EIBTM – The Global Meetings & Events Exhibition Barcellona) la proposta di redigere un codice etico interassociativo per il settore.

Già nel 2012, in occasione della Convention di MPI Italia tenutasi a Porto Cervo, le tre rappresentanze italiane di MPI (Meeting Professionals International), SITE (Society of Incentive Travel Executives) e GMIC (Green Meeting Industry Council) avevano iniziato uno scambio di idee e opinioni sull'affermazione secondo cui, improntando la professione sull'etica e sulla responsabilità sociale, si ottengono risultati migliori e si guadagna di più.

A distanza di un anno il dialogo interassociativo si è concretizzato in un progetto interamente made in Italy, a cura del Comitato Etico Nazionale recentemente costituito da due rappresentanti per ciascuna delle tre sigle, e che è stato ufficializzato in occasione del seminario Introduction to a new practical model to manage Code of Ethics and the role of the Corporate Social Responsibility Leader: How to stimulate/encourage ethical business behaviour? tenutosi lo scorso 20 novembre a Barcellona.

Sul tema sono intervenuti e hanno avanzato proposte alcuni esperti ed esponenti del settore dell'industria dei congressi e degli eventi: Guy Bigwood, MCI Group Sustainability Director (Regno Unito); Kim Breed, Contractor Program Manager CSL of Big Player in IT (Paesi Bassi); Antonio Ducceschi, Area Director of Sales & Marketing Fairmont Hotels and Resorts (Principato di Monaco); Olimpia Ponno, Presidente MPI Italia, planner; Tobia Salvadori, Presidente Site Italy, supplier.

Il progetto delineato da MPI, SITE e GMIC mette al centro l'etica come esigenza prioritaria per fare business e per incidere sulla performance dei professionisti e sull'impatto economico del settore. La proposta si caratterizza una serie di elementi innovativi e meritevoli di approfondimento:

1. il metodo di ricerca, che parte dall'analisi dei vari codici etici esistenti in Italia e all'estero e dalla raccolta di segnalazioni fatte dai soci su comportamenti non etici rilevati nello svolgimento del loro lavoro quotidiano;
2. l'approccio trasversale a tutte le figure della filiera (planner, supplier, corporate), a ciascuna delle quali sono riconosciute delle responsabilità specifiche;
3. il riconoscimento del valore aggiunto della persona che si mostra eticamente corretta all'interno dell'associazione e all'interno della propria azienda;
4. la volontà di rendere il codice etico non un documento basato su principi teorici, fine a se stesso, ma una guida pratica a disposizione dei soci per migliorare il loro business, oltre che uno strumento di comunicazione e di lavoro indispensabile;
5. l'introduzione di un meccanismo premiante per i più virtuosi;
6. la possibilità di mettere a punto un meccanismo di monitoraggio in grado di registrare i comportamenti scorretti e di limitarne i danni.

Al termine del seminario e del dibattito i relatori e i partecipanti al seminario hanno lanciato l'idea di creare un ponte culturale tra le diverse realtà geografiche, una possibile collaborazione oltre frontiera per dare continuità e sviluppo a questa prima iniziativa, dandosi appuntamento a Copenhagen dal 28 al 30 giugno 2014 in occasione di Building Bridges, nell'ambito della European Sustainable Events Conference.